

## **BAB IV**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1 Deskripsi Data**

Deskripsi data yang merupakan gambaran yang akan digunakan untuk proses selanjutnya yaitu menguji hipotesis. Hal ini dilakukan untuk mendeskripsikan atau menggambarkan kondisi responden yang menjadi objek dalam penelitian ini dilihat dari karakteristik responden antara lain jenis kelamin usia dan jabatan.

##### **4.1.1 Deskripsi Karakteristik Responden**

Dalam penelitian ini untuk membuktikan hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini, telah dilakukan penelitian terhadap Konsumen di J.Co Donuts Cabang Mall Bumi Kedaton Bandar Lampung berjumlah 100 orang.

##### **4.1.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

**Tabel 4.1**

**Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

<b>Jenis kelamin</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentase</b>
Laki-Laki	34	34,0 %
Perempuan	66	66,0 %
Jumlah	100	100 %

*Sumber : Data diolah pada tahun 2022*

Dari Tabel 4.1 karakter responden berdasarkan jenis kelamin di ketahui bahwa jumlah tertinggi yaitu perempuan, artinya Konsumen J.Co Donuts Cabang Mall Bumi Kedaton Bandar Lampung yang menjadi responden di dominasi oleh Konsumen Perempuan, yaitu sebanyak 66 atau 66,0%. (Lampiran 3)

#### 4.1.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

**Tabel 4.2**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

Usia	Jumlah	Persentase
15-23 Tahun	44%	44,0 %
23-30 Tahun	39 %	39,0 %
31-40 Tahun	15 %	15,0 %
41-45 Tahun	2 %	2,0 %
Total	100	100 %

*Sumber : Data diolah pada tahun 2022*

Dari hasil Tabel 4.2 karakter responden berdasarkan usia diketahui bahwa jumlah tertinggi yaitu usia 15-23 tahun, artinya Konsumen J.Co Donuts Cabang Mall Bumi Kedaton Bandar Lampung yang menjadi responden didominasi oleh Konsumen yang berusia 15-23 tahun, yaitu sebanyak 44 orang atau 44,0%. (Lampiran 3)

#### 4.1.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

**Tabel 4.3**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan**

Usia	Jumlah	Persentase
PNS/BUMN	11	11,0 %
Karyawan Swasta	16	16,0 %
Wirausaha	19	19,0 %
Pelajar/Mahasiswa	54	54,0 %
Total	100	100 %

*Sumber : Data diolah pada tahun 2022*

Dari hasil Tabel 4.3 karakter responden berdasarkan Pekerjaan di ketahui bahwa jumlah tertinggi yaitu pada Pelajar/Mahasiswa, artinya Konsumen J.Co Donuts Cabang Mall Bumi Kedaton Bandar Lampung yang menjadi responden di dominasi oleh Konsumen Pelajar/Mahasiswa, yaitu sebanyak 54 orang atau 54,0%. (Lampiran 3)

#### 4.1.2 Deskripsi Jawaban Responden

Hasil jawaban tentang variabel Dimensi Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Konsumen yang disebarkan kepada 100 responden adalah sebagai berikut :

**Tabel 4.4**

**Hasil Jawaban Responden Variabel Dimensi *Exterior* (X<sub>1</sub>)**

No.	Pernyataan- Pernyataan	Jawaban									
		SS (5)		S (4)		N (3)		TS (2)		STS (1)	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1.	Papan nama usaha terpampang dengan jelas	45	45,0	42	42,0	11	11,0	2	2,0	0	0,0
2.	Papan nama usaha memiliki desain yang menarik	20	20,0	40	40,0	23	23,0	13	13,0	4	4,0
3.	Pintu masuk yang ada memiliki lebar yang cukup untuk digunakan berlalu lalang	36	36,0	43	43,0	19	19,0	2	2,0	0	0,0
4.	Bangunan terlihat megah dari kejauhan	35	35,0	50	50,0	13	13,0	2	2,0	0	0,0
5.	Desain toko dari luar terlihat menarik	21	21,0	34	34,0	21	21,0	16	16,0	8	8,0
6.	Lingkungan di sekitar toko nyaman	45	45,0	46	46,0	7	7,0	2	2,0	0	0,0
7.	Tempat parkir yang ada sudah cukup luas untuk menampung kendaraan konsumen.	18	18,0	26	26,0	29	29,0	18	18,0	9	9,0

Sumber : Data diolah pada tahun 2022

Berdasarkan Tabel 4.4 jawaban responden diatas pernyataan yang terbesar pada jawaban Sangat Setuju pernyataan 1 yaitu Papan nama usaha terpampang dengan jelas 45 orang. Jawaban Tidak Setuju terdapat pada pernyataan no 7 yaitu Tempat parkir yang ada sudah cukup luas untuk menampung kendaraan konsumen, sebanyak orang. (Lampiran 4)

**Tabel 4.5**

**Hasil Jawaban Responden Variabel Dimensi *General Interior* (X<sub>2</sub>)**

No.	Pertanyaan	Jawaban									
		SS (5)		S (4)		N (3)		TS (2)		STS (1)	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	Cat dinding di dalam toko terlihat bersih.	42	42,0	44	44,0	11	11,0	3	3,0	0	0,0
2	Warna cat dinding di dalam toko menarik	21	21,0	45	45,0	20	20,0	12	12,0	2	2,0
3	Pencahayaan yang ada di dalam toko sudah cukup terang	36	36,0	41	41,0	21	21,0	1	1,0	1	1,0
4	Aroma yang ada di dalam toko terasa segar	32	32,0	32	32,0	20	20,0	11	11,0	5	5,0
5	Area di dalam toko bersih	20	20,0	50	50,0	18	18,0	11	11,0	1	1,0
6	Suara/musik yang ada di dalam toko terdengar tenang (tidak berisik)	33	33,0	45	45,0	15	15,0	7	7,0	0	0,0
7	Suhu udara di dalam toko tidak terasa terlalu panas maupun terlalu dingin	22	22,0	48	48,0	22	22,0	8	8,0	0	0,0

Sumber : Data diolah pada tahun 2022

Berdasarkan Tabel 4.5 jawaban responden diatas pernyataan yang terbesar pada jawaban Sangat Setuju pernyataan 3 yaitu Pencahayaan yang ada di dalam toko sudah cukup terang, sebanyak 36 orang. Jawaban Sangat Tidak Setuju terdapat pada pernyataan no 4, yaitu Aroma yang ada di dalam toko terasa segar. (Lampiran 4)

**Tabel 4.6**  
**Hasil Jawaban Responden Variabel Dimensi *Store Layout* (X<sub>3</sub>)**

No	Pertanyaan	Jawaban									
		SS (5)		S (4)		N (3)		TS (2)		STS (1)	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	Area tiap ruangan di dalam toko terasa luas	30	30,0	41	41,0	19	19,0	5	5,0	5	5,0
2	Kursi yang ada di ruang tunggu sudah cukup untuk menampung seluruh konsumen yang datang	16	16,0	16	16,0	18	18,0	15	15,0	15	15,0
3	Jalur di tiap ruangan terasa lebar dan cukup untuk berlalu lalang	25	25,0	37	37,0	16	16,0	11	11,0	11	11,0
4	Akses ke ruang facial yang mudah	18	18,0	48	48,0	17	17,0	8	8,0	9	9,0
5	Dinding pembatas pada ruang facial sudah cukup memberikan privasi	20	20,0	49	49,0	20	20,0	8	8,0	3	3,0
6	Pengelompokan produk sejenis memudahkan mencari produk yang diinginkan	25	25,0	28	28,0	29	29,0	12	12,0	6	6,0
7	Tempat persediaan barang (gudang) tidak mengganggu saat berbelanja	15	15,0	52	52,0	21	21,0	9	9,0	3	3,0

*Sumber : Data diolah pada tahun 2022*

Berdasarkan Tabel 4.5 jawaban responden diatas pernyataan yang terbesar pada jawaban Sangat Setuju pada no 1 yaitu Area tiap ruangan di dalam toko terasa luas, sebanyak 35 orang. Jawaban Sangat tidak setuju terdapat pada pernyataan no 2 yaitu Kursi yang ada di ruang tunggu sudah cukup untuk menampung seluruh konsumen yang datang, sebanyak 15 orang. (Lampiran 4)

**Tabel 4.7**  
**Hasil Jawaban Responden Variabel Dimensi *Interior Display* (X<sub>4</sub>)**

No	Pertanyaan	Jawaban									
		SS (5)		S (4)		N (3)		TS (2)		STS (1)	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	Penataan produk dalam rak yang menarik dan unik membuat saya tertarik untuk membeli di J.Co Donuts	15	15,0	37	37,0	28	28,0	14	14,0	6	6,0
2	Penataan produk dalam rak yang tertata rapih memudahkan saya memilih menu makanan dan minuman di J.Co Donuts	23	23,0	39	39,0	25	25,0	10	10,0	3	3,0
3	Papan promosi yang terlihat jelas.	25	25,0	46	46,0	11	11,0	5	5,0	13	13,0
4	Saya mudah mencari produk yang diinginkan karena adanya tanda penunjuk arah lokasi produk yang terlihat jelas	19	19,0	46	46,0	17	17,0	8	8,0	10	10,0
5	Buku pilihan produk yang ada memiliki desain yang menarik	18	18,0	34	34,0	17	17,0	13	13,0	18	18,0
6	Buku pilihan produk yang ada sudah memberikan informasi yang cukup	18	18,0	27	27,0	22	22,0	10	10,0	23	23,0
7	Tanda-tanda penunjuk yang ada sudah terlihat dengan jelas	21	21,0	32	32,0	14	14,0	10	10,0	23	23,0

Sumber : Data diolah pada tahun 2022

Berdasarkan Tabel 4.7 jawaban responden diatas pernyataan yang terbesar pada jawaban Sangat Setuju pada no 3 yaitu Papan promosi yang terlihat jelas, sebanyak 36 orang. Jawaban Sangat tidak setuju terdapat

pada pernyataan no 7 yaitu Tanda-tanda penunjuk yang ada sudah terlihat dengan jelas, sebanyak 23 orang. (Lampiran 4)

**Tabel 4.8**  
**Hasil Jawaban Responden Variabel Kepuasan Konsumen (Y)**

No	Pertanyaan	Jawaban									
		SS (5)		S (4)		N (3)		TS (2)		STS (1)	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	Berdasarkan pengalaman, saya merasa senang makan di J.Co Donuts	36	36,0	29	29,0	24	24,0	10	10,0	1	1,0
2	Saya puas dengan harga yang diberikan J.Co Donuts	19	19,0	53	53,0	18	18,0	8	8,0	2	2,0
3	Saya puas dengan kualitas pelayanan J.Co Donuts	32	32,0	46	46,0	14	14,0	8	8,0	0	0,0
4	Saya puas dengan kualitas produk J.Co Donuts	25	25,0	46	46,0	16	16,0	12	12,0	1	1,0
5	J.Co Donuts telah memenuhi harapan saya sebagai konsumen	30	30,0	43	43,0	19	19,0	7	7,0	1	1,0
6	Saya akan merekomendasikan kepada pihak lain untuk makan di J.Co Donuts	20	20,0	37	37,0	30	30,0	9	9,0	4	4,0
7	Saya puas karena mudah mendapatkan produk dari J.Co Donuts	15	15,0	38	38,0	30	30,0	12	12,0	5	5,0
8	Kemungkinan besar saya akan makan di J.Co Donuts lagi	17	17,0	36	36,0	33	33,0	11	11,0	3	3,0

Sumber : Data diolah pada tahun 2022

Berdasarkan Tabel 4.8 jawaban responden diatas pernyataan yang terbesar pada jawaban Sangat Setuju pada no 1 yaitu Berdasarkan pengalaman, saya merasa senang makan di J.Co Donuts, sebanyak 42 orang. Jawaban Sangat tidak setuju terdapat pada pernyataan no 7 yaitu Saya puas karena mudah mendapatkan produk dari J.Co Donuts, sebanyak 5 orang. (Lampiran 4)

## 4.2 Hasil Uji Persyaratan Instrumen

### 4.2.1 Hasil Uji Validitas

Sebelum dilakukan pengolahan data maka seluruh jawaban yang diberikan oleh responden di uji dengan uji validitas dan uji realibilitas yang diuji cobakan pada responden. Dengan penelitian ini, uji validitas untuk menghitung data yang akan dihitung dan proses pengujiannya dilakukan dengan menggunakan aplikasi *SPSS 20.0*

**Tabel 4.9**

**Hasil Uji Validitas Kuesioner Dimensi *Exterior* (X<sub>1</sub>)**

Item Pernyataan	$r_{hitung}$	$r_{table}$	Kondisi	Kesimpulan
Pernyataan 1	0,628	0,194	$r_{hitung} > r_{table}$	Valid
Pernyataan 2	0,505	0,194	$r_{hitung} > r_{table}$	Valid
Pernyataan 3	0,666	0,194	$r_{hitung} > r_{table}$	Valid
Pernyataan 4	0,593	0,194	$r_{hitung} > r_{table}$	Valid
Pernyataan 5	0,466	0,194	$r_{hitung} > r_{table}$	Valid
Pernyataan 6	0,430	0,194	$r_{hitung} > r_{table}$	Valid
Pernyataan 7	0,441	0,194	$r_{hitung} > r_{table}$	Valid

*Sumber : Data diolah pada tahun 2022*



Berdasarkan Tabel 4.9 hasil uji validitas variabel Dimensi *Exterior* ( $X_1$ ) dengan menampilkan seluruh item pernyataan yang bersangkutan mengenai Dimensi *Exterior*. Hasil yang didapatkan yaitu nilai  $r_{hitung} > r_{Tabel}$ , dimana nilai  $r_{hitung}$  paling tinggi yaitu 0,666 dan paling rendah 0,411. Dengan demikian seluruh item Dimensi *Exterior* dinyatakan valid. (Lampiran 5)

**Tabel 4.10**

**Hasil Uji Validitas Kuesioner Dimensi *General Interior* ( $X_2$ )**

Pernyataan	$r_{hitung}$	$r_{Tabel}$	Kondisi	Simpulan
Pernyataan 1	0,693	0,194	$r_{hitung} > r_{Tabel}$	Valid
Pernyataan 2	0,561	0,194	$r_{hitung} > r_{Tabel}$	Valid
Pernyataan 3	0,588	0,194	$r_{hitung} > r_{Tabel}$	Valid
Pernyataan 4	0,723	0,194	$r_{hitung} > r_{Tabel}$	Valid
Pernyataan 5	0,693	0,194	$r_{hitung} > r_{Tabel}$	Valid
Pernyataan 6	0,645	0,194	$r_{hitung} > r_{Tabel}$	Valid
Pernyataan 7	0,207	0,194	$r_{hitung} > r_{Tabel}$	Valid

Sumber : Data diolah pada tahun 2022

Berdasarkan Tabel 4.10 hasil uji validitas variabel Dimensi *General Interior* ( $X_2$ ) dengan menampilkan seluruh item pernyataan yang bersangkutan mengenai. Hasil yang didapatkan yaitu nilai  $r_{hitung} > r_{Tabel}$ , dimana nilai  $r_{hitung}$  paling tinggi yaitu 0,723 dan paling rendah 0,207. Dengan demikian seluruh item Dimensi *General Interior* dinyatakan valid. (Lampiran 5).

**Tabel 4.11**  
**Hasil Uji Validitas Kuesioner Variabel Dimensi *Store Layout* (X<sub>3</sub>)**

<b>Item Pernyataan</b>	<b>r<sub>hitung</sub></b>	<b>r<sub>table</sub></b>	<b>Kondisi</b>	<b>Kesimpulan</b>
Pernyataan 1	0,585	0,194	$r_{hitung} > r_{table}$	Valid
Pernyataan 2	0,714	0,194	$r_{hitung} > r_{table}$	Valid
Pernyataan 3	0,770	0,194	$r_{hitung} > r_{table}$	Valid
Pernyataan 4	0,826	0,194	$r_{hitung} > r_{table}$	Valid
Pernyataan 5	0,819	0,194	$r_{hitung} > r_{table}$	Valid
Pernyataan 6	0,631	0,194	$r_{hitung} > r_{table}$	Valid
Pernyataan 7	0,755	0,194	$r_{hitung} > r_{table}$	Valid

*Sumber : Data diolah pada tahun 2022*

Berdasarkan Tabel 4.11 diatas hasil uji validitas variabel Dimensi *Store Layout* (X<sub>3</sub>) dengan menampilkan seluruh item pernyataan yang bersangkutan mengenai Dimensi *Store Layout*. Hasil yang didapatkan yaitu nilai  $r_{hitung} > r_{Tabel}$ , dimana nilai  $r_{hitung}$  paling tinggi yaitu 0,826 dan paling rendah 0,585. Dengan demikian seluruh item Dimensi *Store Layout* dinyatakan valid.

**Tabel 4.12**  
**Hasil Uji Validitas Kuesioner Dimensi *Interior Display* (X<sub>4</sub>)**

<b>Pernyataan</b>	<b>r<sub>hitung</sub></b>	<b>r<sub>Tabel</sub></b>	<b>Kondisi</b>	<b>Simipulan</b>
Pernyataan 1	0,502	0,194	$r_{hitung} > r_{Tabel}$	Valid
Pernyataan 2	0,457	0,194	$r_{hitung} > r_{Tabel}$	Valid
Pernyataan 3	0,472	0,194	$r_{hitung} > r_{Tabel}$	Valid

Pernyataan 4	0,545	0,194	$r_{hitung} > r_{Tabel}$	Valid
Pernyataan 5	0,751	0,194	$r_{hitung} > r_{Tabel}$	Valid
Pernyataan 6	0,592	0,194	$r_{hitung} > r_{Tabel}$	Valid
Pernyataan 7	0,645	0,194	$r_{hitung} > r_{Tabel}$	Valid

Sumber : Data diolah pada tahun 2022

Berdasarkan pada Tabel 4.12 hasil uji validitas variabel Dimensi *Interior Display* ( $X_4$ ) dengan menampilkan seluruh item pernyataan yang bersangkutan mengenai Dimensi *Interior Display*. Hasil yang didapatkan yaitu nilai  $r_{hitung} > r_{Tabel}$ , dimana nilai  $r_{hitung}$  paling tinggi yaitu 0,751 dan paling rendah 0,457. Dengan demikian seluruh item pernyataan Dimensi *Interior Display* dinyatakan valid. (Lampiran 5).

**Tabel 4.13**

**Hasil Uji Validitas Kuesioner Variabel Kepuasan Konsumen (Y)**

Item Pernyataan	$r_{hitung}$	$r_{table}$	Kondisi	Kesimpulan
Pernyataan 1	0,712	0,194	$r_{hitung} > r_{table}$	Valid
Pernyataan 2	0,774	0,194	$r_{hitung} > r_{table}$	Valid
Pernyataan 3	0,709	0,194	$r_{hitung} > r_{table}$	Valid
Pernyataan 4	0,739	0,194	$r_{hitung} > r_{table}$	Valid
Pernyataan 5	0,704	0,194	$r_{hitung} > r_{table}$	Valid
Pernyataan 6	0,393	0,194	$r_{hitung} > r_{table}$	Valid
Pernyataan 7	0,618	0,194	$r_{hitung} > r_{table}$	Valid
Pernyataan 8	0,334	0,194	$r_{hitung} > r_{table}$	Valid

Sumber : Data diolah pada tahun 2022

Berdasarkan Tabel 4.13 diatas hasil uji validitas variabel Kepuasan Konsumen (Y) dengan menampilkan seluruh item pernyataan yang bersangkutan mengenai Variabel Kepuasan Konsumen. Hasil yang didapatkan yaitu nilai  $r_{hitung} > r_{Tabel}$ , dimana nilai  $r_{hitung}$  paling tinggi yaitu 0,774 dan paling rendah 0,334. Dengan demikian seluruh item Variabel Kepuasan Konsumen dinyatakan valid. (Lampiran 5)

#### 4.2.2 Hasil Uji Reliabilitas

Setelah uji validitas maka penguji kemudian melakukan uji realibilitas terhadap masing-masing instrumen variabel  $X_1$ , variabel  $X_2$ , variabel  $X_3$ , variabel  $X_4$ , dan instrumen variabel Y menggunakan rumus *Alpha Cronbach* dengan bantuan program *SPSS 20.0*. Hasil uji realibilitas setelah dikonsultasikan dengan daftar interpretasi koefisien r dapat dilihat pada Tabel berikut :

**Tabel 4.14**  
**Daftar Interpretasi r**

Koefisien $r$	Realibilitas
0,8000 – 1,0000	Sangat Tinggi
0,6000 – 0,7999	Tinggi
0,4000 – 0,5999	Sedang / Cukup
0,2000 – 0,3999	Rendah
0,0000 – 0,1999	Sangat Rendah

Berdasarkan Tabel 4.14 ketentuan reliable diatas, maka dapat dilihat hasil pengujian sebagai berikut :

**Tabel 4.15**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Koefisien alpha chronbach	Koefisien $r$	Simpulan
Dimensi <i>Exterior</i>	0,529	0,4000 – 0,5999	Sedang / Cukup
Dimensi <i>General Interior</i>	0,684	0,6000 – 0,7999	Tinggi
Dimensi <i>Store Layout</i>	0, 848	0,8000 – 1,000	Sangat Tinggi
Dimensi <i>Interior Display</i>	0, 655	0,6000 – 0,7999	Tinggi
Kepuasan Konsumen	0,768	0,6000 – 0,7999	Tinggi

Sumber : Data diolah pada tahun 2022

Berdasarkan hasil uji reliabilitas table 4.15 diatas nilai cronbach's alpha variabel Dimensi *Exterior* ( $X_1$ ) sebesar 0,684 dengan tingkat reliabel Tinggi, untuk variabel Dimensi *General Interior* ( $X_2$ ) memiliki nilai cronbach's alpha yaitu 0,848 dengan tingkat reliabel Sangat Tinggi, untuk variabel Dimensi *Store Layout* ( $X_3$ ) memiliki nilai cronbach's alpha yaitu 0,655 yang dengan tingkat reliabel Tinggi Dimensi *Interior Display* ( $X_4$ ) memiliki nilai cronbach's alpha yaitu 0,768 yang dengan tingkat reliabel Tinggi dan untuk Variabel Kepuasan Konsumen (Y) memiliki nilai cronbach's alpha yaitu 0,768 yang dengan tingkat reliabel Tinggi. (Lampiran 6)

### 4.3 Uji Persyaratan Analisis Data

#### 4.3.1 Hasil Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji yang digunakan normal atau tidak, uji normalitas dapat menggunakan teknik *kalmorgov smirnov*, dengan teknik ini suatu data dapat dikatakan normal ketika memiliki nilai alpha sebesar 0,05 ( $P > \alpha 0,05$ ). Berdasarkan hasil uji normalitas diperoleh hasil sebagai berikut:

**Tabel 4.16**  
**Hasil Uji Normalitas**

Variabel	Sig (2-tailed)	Alpha	Kondisi	Keterangan
<i>Exterior</i>	0,244	0,05	Sig>Alpha	Normal
<i>General Interior</i>	0,379	0,05	Sig>Alpha	Normal
<i>Store Layout</i>	0,174	0,05	Sig<Alpha	Normal
<i>Interior Display</i>	0,759	0,05	Sig>Alpha	Normal
Kepuasan Konsumen	0,452	0,05	Sig>Alpha	Normal

Sumber : Data diolah pada tahun 2022

Berdasarkan hasil perhitungan normalitas pada Tabel 4.16 diatas dapat diartikan bahwa nilai sig (2-tailed) variabel Dimensi *Exterior* ( $X_1$ ) sebesar 0.244 lebih besar dari 0.05, variabel Dimensi *General Interior* ( $X_2$ ) sebesar 0.379 lebih besar dari 0.05, Dimensi *Store Layout* ( $X_3$ ) sebesar 0.174 lebih

besar dari 0.05, Dimensi *Interior Display* ( $X_4$ ) sebesar 0.332 lebih besar dari 0.05, variabel Kepuasan Konsumen ( $Y$ ) sebesar 0.452 lebih besar dari 0.05. Berdasarkan hasil tersebut dapat dinyatakan data yang digunakan dalam penelitian ini telah berdistribusi normal. (Lampiran 7)

#### 4.3.2 Hasil Uji Linieritas

Uji linieritas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linier atau tidak secara signifikansi. Berdasarkan hasil uji linieritas diperoleh hasil nya sebagai berikut.

**Tabel 4.17**  
**Hasil Uji Linieritas**

Variabel	Sig	Alpha	Kondisi	Keterangan
Dimensi <i>Exterior</i> terhadap Kepuasan Konsumen	0,555	0,05	Sig>Alpha	Linier
Dimensi <i>General Interior</i> terhadap Kepuasan Konsumen	0,717	0,05	Sig>Alpha	Linier
Dimensi <i>Store Layout</i> terhadap Kepuasan Konsumen	0,305	0,05	Sig>Alpha	Linier
Dimensi <i>Interior Display</i> terhadap Kepuasan Konsumen	0,503	0,05	Sig>Alpha	Linier

Sumber : Hasil data diolah tahun 2022

Dari hasil perhitungan linieritas pada Tabel 4.17 diatas dapat disimpulkan bahwa nilai signifikansi untuk variabel Dimensi *Exterior* ( $X_1$ ) terhadap Kepuasan Konsumen ( $Y$ ) sebesar 0,555 lebih besar dari 0,05 yang berarti  $H_0$  diterima. Nilai signifikansi untuk variabel Dimensi *General Interior* ( $X_2$ ) terhadap Kepuasan Konsumen ( $Y$ ) sebesar 0,717 lebih besar dari 0,05 yang berarti  $H_0$  diterima.

Dimensi *Store Layout* ( $X_3$ ) terhadap Kepuasan Konsumen ( $Y$ ) sebesar 0,305 lebih besar dari 0,05 yang berarti  $H_0$  diterima. Dimensi *Interior Display* ( $X_4$ ) terhadap Kepuasan Konsumen ( $Y$ ) sebesar 0,503 lebih besar dari 0,05 yang berarti  $H_0$  diterima. Dengan demikian maka Sig >

alpha maka  $H_0$  diterima yang menyatakan model regresi untuk variabel berbentuk linier. (Lampiran 8).

#### 4.3.3 Hasil Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas dilakukan dengan membandingkan nilai toleransi (*tolerance value*) dan nilai *Variance Inflationfactor* (VIF) dengan nilai yang disyaratkan bagi nilai toleransi adalah lebih besar dari 0,1 dan untuk nilai VIF kurang dari 10. Dalam penelitian ini uji multikolinieritas hanya menggunakan Regresi linier berganda pengujian dilakukan dengan menggunakan program *SPSS 20.0*.

**Tabel 4.18**  
**Hasil Uji Multikolinieritas**

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Dimensi <i>Exterior</i>	1.000	1.000	Bebas gejala multikolienieritas
Dimensi <i>General Interior</i>	1.000	1.000	Bebas gejala multikolienieritas
Dimensi <i>Store Layout</i>	1.000	1.000	Bebas gejala multikolienieritas
Dimensi <i>Interior Display</i>	1.000	1.000	Bebas gejala multikolienieritas

Sumber : Data diolah pada tahun 2022

Berdasarkan Tabel 4.18 menunjukkan bahwa nilai *tolerance* dari variabel Dimensi Exterior, dan Dimensi General Interior dari 0,1 dan nilai VIF dibawah 10 yang artinya dari ketiga variabel tersebut menunjukkan bahwa tidak ada gejala multikolinieritas dalam variabel penelitian ini. (Lampiran 9)

#### 4.4 Hasil Metode Analisis Data

##### 4.4.1 Hasil Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Berdasarkan hasil analisis diperoleh hasil nya sebagai berikut.

**Tabel 4.19**

**Hasil Perhitungan Coefficients Regresi**

Variabel	Nilai regresi
Constant	9,073
Dimensi <i>Exterior</i>	0,120
Dimensi <i>General Interior</i>	0,249
Dimensi <i>Store Layout</i>	0,345
Dimensi <i>Interior Display</i>	0,092

Sumber: Hasil data diolah tahun 2022

Dari Tabel 4.19 diatas merupakan hasil perhitungan regresi linier berganda dengan menggunakan program *SPSS 20.0* Diperoleh hasil persamaan regresi sebagai berikut :

Persamaan tersebut menunjukkan bahwa:

$$Y = 9,073 + 0,120 X_1 + 0,249 X_2 + 0,345 X_3 + 0,092 X_4$$

a. Koefisien konstanta (Y)

Variabel Kepuasan Konsumen sebesar 9,073 satu satuan jika jumlah variabel Dimensi *Exterior*, Dimensi *General Interior*, Dimensi *Store Layout*, dan *Interior Display* tetap atau sama dengan nol ( 0 ).

b. Koefisien Dimensi *Exterior* ( $X_1$ )

Jika jumlah Dimensi *Exterior* naik sebesar satu satuan maka Kepuasan Konsumen akan meningkat sebesar 0,120 satu satuan.

c. Koefisien Dimensi *General Interior* ( $X_4$ )

Jika jumlah Dimensi *General Interior* naik satu satuan maka Kepuasan Konsumen akan meningkat sebesar 0,249 satu satuan.



d. Koefisien Dimensi *Store Layout* ( $X_3$ )

Jika jumlah Dimensi *Store Layout* naik satu satuan maka Kepuasan Konsumen akan meningkat sebesar 0,345 satu satuan.

e. Koefisien Dimensi *Interior Display* ( $X_4$ )

Jika jumlah Dimensi *Interior Display* naik satu satuan maka Kepuasan Konsumen akan meningkat sebesar 0,092 satu satuan.

Berdasarkan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dapat dilihat dari nilai beta. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Dimensi *Store Layout* ( $X_3$ ) merupakan faktor yang paling dominan pengaruhnya terhadap Kepuasan Konsumen (Y) karena diperoleh nilai beta sebesar 0,345.

**Tabel 4.20**  
**Hasil Uji Model Summary**

Variabel	R (korelasi)	Rsquares (koefisien determinasi)
Dimensi <i>Exterior</i> , Dimensi <i>General Interior</i> , Dimensi <i>Store Layout</i> , dan Dimensi <i>Interior Display</i>	0,652 <sup>a</sup>	0,426

*Sumber: Hasil data diolah tahun 2022*

Dari Tabel 4.20 diatas, diperoleh nilai koefisien determinan *R Squares* sebesar 0,652 artinya variabel Dimensi *Exterior* ( $X_1$ ), Dimensi *General Interior* ( $X_2$ ), Dimensi *Store Layout* ( $X_3$ ), dan Dimensi *Interior Display* ( $X_4$ ) mempengaruhi Kepuasan Konsumen (Y) sebesar 65,2% dan sisanya 42,6% dipengaruhi oleh variabel lain. Nilai R menunjukkan arah hubungan antara Dimensi *Exterior* ( $X_1$ ), Dimensi *General Interior* ( $X_2$ ) dan Kepuasan Konsumen (Y) adalah positif artinya jika Dimensi *Exterior* ( $X_1$ ) Dimensi *General Interior* ( $X_2$ ) Dimensi *Store Layout* ( $X_3$ ), dan Dimensi *Interior Display* ( $X_4$ ) naik maka Kepuasan Konsumen (Y) akan meningkat. (Lampiran 10)

## 4.5 Hasil Pengujian Hipotesis

### 4.5.1 Hasil Uji t

Uji t digunakan untuk menguji signifikansi antara konstanta dengan variabel independen. Berdasarkan pengolahan data uji t diperoleh data sebagai berikut.

**Tabel 4.21**  
**Hasil Perhitungan Coefficients<sup>a</sup>**

Variabel	Sig	Alpha	Kondisi	t <sub>hitung</sub>	t <sub>Tabel</sub>	Kondisi	Keterangan
Dimensi <i>Exterior</i>	0,00	0,05	Sig<alpha	3,985	2,626	t <sub>hitung</sub> > t <sub>Tabel</sub>	Ho ditolak
Dimensi <i>General Interior</i>	0,00	0,05	Sig<alpha	6,756	2,626	t <sub>hitung</sub> > t <sub>Tabel</sub>	Ho ditolak
Dimensi <i>Store Layout</i>	0,00	0,05	Sig<alpha	7,634	2,626	t <sub>hitung</sub> > t <sub>Tabel</sub>	Ho ditolak
Dimensi <i>Interior Display</i>	0,00	0,05	Sig<alpha	3,735	2,626	t <sub>hitung</sub> > t <sub>Tabel</sub>	Ho ditolak

Sumber: Hasil data diolah tahun 2022

#### 1. Pengaruh Dimensi *Exterior* (X<sub>1</sub>) terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Berdasarkan Tabel 4.21 didapat perhitungan pada variabel Dimensi *Exterior* (X<sub>1</sub>) diperoleh nilai t<sub>hitung</sub> sebesar 3,985 sedangkan nilai t<sub>Tabel</sub> dengan dk (dk=100-2=98) adalah 2,626 jadi t<sub>hitung</sub> (3,985) > t<sub>Tabel</sub> (2,626) dan nilai sig (0,00) < alpha (0,05) dengan demikian Ho ditolak dan Ha diterima sehingga di simpulkan bahwa Dimensi *Exterior* (X<sub>1</sub>) secara parsial berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen (Y) di J.Co Donuts Cabang Mall Bumi Kedaton Bandar Lampung. (Lampiran 11)

#### 2. Pengaruh Dimensi *General Interior* (X<sub>2</sub>) terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Berdasarkan Tabel 4.21 didapat perhitungan pada variabel Dimensi *General Interior* (X<sub>2</sub>) diperoleh nilai t<sub>hitung</sub> sebesar 6,756 sedangkan nilai t<sub>Tabel</sub> dengan dk (dk=100-2=98) adalah 2,626 jadi t<sub>hitung</sub> (6,756)

$> t_{Tabel}$  (2,626) dan nilai sig (0,00)  $< \alpha$  (0,05) dengan demikian  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima sehingga disimpulkan bahwa Dimensi *General Interior* ( $X_2$ ) secara parsial berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen (Y) di J.Co Donuts Cabang Mall Bumi Kedaton Bandar Lampung. (Lampiran 11)

### **3. Pengaruh Dimensi *Store Layout* ( $X_3$ ) terhadap Kepuasan Konsumen (Y)**

Berdasarkan Tabel 4.21 didapat perhitungan pada variabel Dimensi *Store Layout* ( $X_3$ ) diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 7,634 sedangkan nilai  $t_{Tabel}$  dengan dk ( $dk=100-2=98$ ) adalah 2,626 jadi  $t_{hitung}$  (7,634)  $> t_{Tabel}$  (2,626) dan nilai sig (0,00)  $< \alpha$  (0,05) dengan demikian  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima sehingga disimpulkan bahwa Dimensi *Store Layout* ( $X_3$ ) secara parsial berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen (Y) di J.Co Donuts Cabang Mall Bumi Kedaton Bandar Lampung. (Lampiran 11)

### **4. Pengaruh Dimensi *Interior Display* ( $X_4$ ) terhadap Kepuasan Konsumen (Y)**

Berdasarkan Tabel 4.21 didapat perhitungan pada variabel Dimensi *Interior Display* ( $X_4$ ) diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 3,735 sedangkan nilai  $t_{Tabel}$  dengan dk ( $dk=100-2=98$ ) adalah 2,626 jadi  $t_{hitung}$  (3,735)  $> t_{Tabel}$  (2,626) dan nilai sig (0,00)  $< \alpha$  (0,05) dengan demikian  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima sehingga disimpulkan bahwa Dimensi *Interior Display* ( $X_4$ ) secara parsial berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen (Y) di J.Co Donuts Cabang Mall Bumi Kedaton Bandar Lampung. (Lampiran 11)

#### **4.5.2 Hasil Uji F**

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah ada pengaruh yang signifikan antara variabel independent secara bersama-sama terhadap variabel dependen.

**Tabel 4.22****Hasil Uji F**

<b>Variabel</b>	<b>F<sub>hitung</sub></b>	<b>F<sub>Tabel</sub></b>	<b>Kondisi</b>	<b>Sig</b>	<b>Alpha</b>	<b>Kondisi</b>	<b>Keterangan</b>
Dimensi Exterior Dimensi General Interior Dimensi Store Layout dan Dimensi Interior Display	17,596	3,09	$F_{hitung} > F_{Tabel}$	0,00	0,05	Sig<Alpha	Ho ditolak dan Ha diterima

*Sumber: Hasil data diolah tahun 2022*

Berdasarkan dari data pada Tabel 3.3 diatas adalah hasil pengujian hipotesis dengan uji F diperoleh nilai untuk  $F_{hitung}$  sebesar 17,596 sedangkan  $F_{table}$  dengan  $\alpha=0,05$  dan  $df_1 = k-1$  ( $3-1=2$ ) dan  $df_2 n-k$  ( $100-3=97$ ) yaitu sebesar 3,09. Hasil tersebut menunjukkan bahwa nilai  $F_{hitung}$  lebih besar dari nilai  $F_{Tabel}$  ( $17,596 > 3,09$ ). Maka  $H_0$  yang diajukan ditolak dan  $H_a$  diterima. Dapat disimpulkan terdapat pengaruh Dimensi *Exterior* Dimensi *General Interior* Dimensi *Store Layout* dan Dimensi *Interior Display* terhadap Kepuasan Konsumen (Y) J.Co Donuts Cabang Mall Bumi Kedaton Bandar Lampung.

## **4.6 Pembahasan**

### **4.6.1 Pembahasan Dimensi Exterior Terhadap Kepuasan Konsumen**

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa ada pengaruh signifikan dari faktor Dimensi Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Konsumen di J.Co Donuts Cabang Mall Bumi Kedaton Bandar Lampung. Hal ini didukung oleh nilai t hitung Kepuasan Konsumen sebesar 3,985. Dimensi *Exterior* terhadap Kepuasan Konsumen J.Co Donuts Cabang Mall Bumi Kedaton Bandar Lampung. Hal ini didukung oleh penelitian Mukminatun (2020) yang menyatakan adanya pengaruh *Café Atmosphere* Dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Di Kedai Kopi Blaarr Ambal Kebumen.

Menurut Mukminatun (2020) Karakteristik *exterior* mempunyai pengaruh yang kuat pada citra toko tersebut, sehingga harus direncanakan dengan sebaik mungkin. Kombinasi dari *exterior* ini dapat membuat bagian luar toko menjadi terlihat unik, menarik, menonjol dan mengundang orang untuk masuk kedalam toko.

Karakteristik *exterior* mempunyai pengaruh yang kuat pada toko tersebut, sehingga harus direncanakan sebaik mungkin. Kombinasi dari *exterior* ini dapat membuat bagian luar toko menjadi terlihat unik, menarik, menonjol dan mengundang orang untuk masuk ke dalam toko. Seperti *Storefront* (bagian depan toko) Bagian depan toko meliputi kombinasi dari marquee (papan nama), pintu masuk dan konstruksi gedung. *Storefront* harus mencerminkan keunikan, kemantapan, kekokohan, atau hal-hal lain yang sesuai dengan citra toko tersebut.

Konsumen baru sering menilai toko dari penampilan luarnya terlebih dahulu sehingga *exterior* merupakan faktor penting yang dapat mempengaruhi konsumen untuk mengunjungi toko. *Entrances* (pintu masuk) Pintu masuk harus direncanakan sebaik mungkin, sehingga dapat mengundang konsumen untuk masuk melihat ke dalam toko dan mengurangi lalu lintas kemacetan keluar masuk konsumen. Ukurannya pun harus disesuaikan dengan besarnya bangunan.

#### **4.6.2 Pembahasan Dimensi *General Interior* Terhadap Kepuasan Konsumen**

Dari hasil pengujian hipotesis didapatkan hasil Dimensi *General Interior* berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen, sehingga semakin baik Dimensi *General Interior* pada Konsumen Dan Dimensi *General Interior* Terhadap Kepuasan Konsumen di J.Co Donuts Cabang Mall Bumi Kedaton Bandar Lampung maka akan meningkatkan Kepuasan Konsumen di J.Co Donuts Cabang Mall Bumi Kadaton Bandar Lampung. Hal ini didukung oleh nilai t hitung Dimensi *General Interior* sebesar 6,756.

Hal ini didukung oleh penelitian Mukminatun (2020) yang menyatakan adanya pengaruh *Café Atmosphere* Dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Di Kedai Kopi Blaarr Ambal Kebumen. Menurut Mukminatun (2020) Yang paling utama yang dapat membuat penjualan setelah pembeli berada di toko adalah *display*. Desain interior dari suatu toko harus dirancang untuk memaksimalkan *visual merchandising*. *Display* yang baik yaitu yang dapat menarik perhatian pengunjung dan membantu mereka agar mudah mengamati, memeriksa, dan memilih barang dan akhirnya melakukan pembelian.

Menurut Mukminatun (2020) Yang paling utama yang dapat membuat penjualan setelah pembeli berada di toko adalah *display*. Desain interior dari suatu toko harus dirancang untuk memaksimalkan *visual merchandising*. *Display* yang baik yaitu yang dapat menarik perhatian pengunjung dan membantu mereka agar mudah mengamati, memeriksa, dan memilih barang dan akhirnya melakukan pembelian.

#### **4.5.3 Pembahasan Dimensi *Store Layout* (X<sub>3</sub>) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)**

Dari hasil pengujian hipotesis didapatkan hasil Dimensi *Store Layout* berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen, sehingga semakin baik Dimensi *Store Layout* pada Konsumen Dan Dimensi *Store Layout* Terhadap Kepuasan Konsumen di J.Co Donuts Cabang Mall Bumi Kedaton Bandar Lampung maka akan meningkatkan Kepuasan Konsumen di J.Co Donuts Cabang Mall Bumi Kadaton Bandar Lampung. Hal ini didukung oleh nilai t hitung Dimensi *Store Layout* sebesar 7,634. Hal ini didukung oleh penelitian Mukminatun (2020) yang menyatakan adanya pengaruh *Café Atmosphere* Dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Di Kedai Kopi Blaarr Ambal Kebumen.

Menurut Mukminatun (2020) Pengelola *cafe* harus mempunyai rencana dalam penentuan lokasi dan fasilitas toko. Pengelola *cafe* juga harus memanfaatkan ruangan *café* yang ada seefektif mungkin. Menurut Luthman (2015) *Store layout* adalah salah satu elemen penting yang ada dalam faktor suasana toko, karena dengan melakukan store layout yang benar, seorang pengusaha ritel mendapatkan perilaku konsumen yang diharapkan. Layout toko mengundang masuk atau menyebabkan konsumen menjauhi toko tersebut ketika konsumen melihat bagian dalam toko melalui jendela atau pintu masuk. Penataan toko yang baik akan mampu mengundang konsumen untuk betah berkeliling lebih lama dan membelanjakan uangnya lebih banyak. Oleh karena itu seorang pengusaha ritel harus dapat melakukan penataan toko dengan baik dan benar, supaya tujuan konsumen tercapai.

#### **4.5.4 Pembahasan Dimensi *Interior Display* (X4) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)**

Dari hasil pengujian hipotesis didapatkan hasil Dimensi *Interior Display* berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen, sehingga semakin baik Dimensi *Interior Display* pada Konsumen Dan Dimensi *Interior Display* Terhadap Kepuasan Konsumen di J.Co Donuts Cabang Mall Bumi Kedaton Bandar Lampung maka akan meningkatkan Kepuasan Konsumen di J.Co Donuts Cabang Mall Bumi Kadaton Bandar Lampung.

Hal ini didukung oleh nilai t hitung Dimensi *Store Layout* sebesar 3,735. Hal ini didukung oleh penelitian Mukminatun (2020) yang menyatakan adanya pengaruh *Café Atmosphere* Dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Di Kedai Kopi Blaarr Ambal Kebumen. Menurut Mukminatun (2020) Interior (*Point of Purchase*) Display. Setiap jenis *point of purchase display* menyediakan konsumen informasi, menambah suasana toko dan melayani promosi. Tujuan utamanya adalah meningkatkan penjualan dan laba toko tersebut.

Menurut Luthman (2015) *Interior Point of Interest Display* (Dekorasi Pemikat Dalam) *Interior point of interest display* mempunyai dua tujuan, yaitu memberikan informasi kepada konsumen dan menambah *store atmosphere*, hal ini dapat meningkatkan penjualan dan laba *Store*.

#### **4.5.5 Pembahasan Dimensi Exterior (X<sub>1</sub>) Dimensi General Interior (X<sub>2</sub>) Dimensi Store Layout (X<sub>3</sub>) Dan Dimensi Interior Display (X<sub>4</sub>) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)**

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa ada pengaruh signifikan dari faktor Dimensi *Store Atmosphere* terhadap Kepuasan Konsumen J.Co Donuts Cabang Mall Bumi Kadaton Bandar Lampung. Hal ini didukung oleh nilai *f* hitung Kepuasan Konsumen sebesar 17,596. Rendahnya kepuasan konsumen dalam melakukan pembelian dikarenakan adanya perasaan ragu-ragu akan dari kualitas produk yang dibeli dan suasana di dalam toko pun menjadi faktor kepuasan konsumen dalam melakukan pembelian. Konsumen akan merasa puas jika suasana di dalam toko bisa membuat nyaman.

Mereka beralasan udara yang diciptakan menghadirkan rasa nyaman bagi mereka karena udaranya tidak terlalu panas dan tidak terlalu dingin dan juga mereka memberikan alasan bahwa suhu J.Co Donuts Cabang Mall Boemi Kedaton berbeda dengan yang berada di Kedai Kopi dari sisi *indoor* maupun *outdoor*. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden yang sedang menikmati kopi ataupun berkumpul bersama teman maupun keluarga merasakan kepuasan terhadap suhu udara J.Co Donuts Cabang Mall Boemi Kedaton. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki pendapat tentang pajangan atau hiasan dinding J.Co Donuts Cabang Mall Boemi Kedaton tidak begitu unik dan menarik, bagi mereka pajangan atau hiasan dinding J.Co Donuts Cabang Mall Boemi Kedaton tidak dapat mencuri perhatian mereka untuk melihat pajangan atau hiasan dinding tersebut. Pada pertanyaan ini bisa menjadi masukan agar bisa mencari solusi untuk masalah pajangan atau hiasan dinding.